

COMMERCIALISATION : SE STRUCTURER ET DEFINIR SA STRATEGIE POUR MIEUX VENDRE

OBJECTIFS :

Se structurer pour mieux organiser la commercialisation de ses produits

- Définir une stratégie commerciale
- Organiser les relations en interne et en externe
- Acquérir des outils et méthodes de vente

PROGRAMME

- Etat des lieux de l'organisation commerciale et des pratiques actuelles
- Les acteurs de l'organisation commerciale
 - Le rôle des personnes concernées
 - La communication entre les acteurs
 - Définir un processus interne
- Les techniques professionnelles
 - Regard sur l'existant
 - Les choix et les orientations
- Les outils de l'organisation commerciale
 - La définition du catalogue « produits »
 - La préparation des outils (fichiers, tableau de bord, mail...)
 - L'environnement, le moment
- Construire et adapter son offre commerciale
 - Une offre unique pour un client unique
 - Défendre son prix
- Les différentes étapes de la vente
 - L'accueil du client
 - Identifier les motivations du client
 - Recueillir et exploiter l'ensemble des informations
 - Mettre en avant ses arguments
 - Laisser une image professionnelle et sympathique
 - Résumer l'entretien et les attentes du prospect
- Les outils de la vente
 - Proposition de l'offre, prise de rendez-vous, envoi mail
 - Formaliser les informations obtenues
 - Programmer et réaliser les relances

PRÉ-REQUIS / CONDITIONS DE REUSITE

INTERVENANT

- Tous publics (8 personnes maxi)
- S'impliquer lors de la formation
- Etre en mesure de mettre en pratique les techniques présentées lors de la formation

- Formateur spécialisé en management et relations commerciales, ancien cadre dirigeant (direction générale, RH et développement commercial dans les services B to B et B to C)

MODALITES D'EVALUATION

MODALITÉS PEDAGOGIQUES*

- Evaluation par le formateur : mise en situation et reformulation (Attestation de formation individualisée)
- Évaluation par le stagiaire : questionnaire d'évaluation
- Evaluation par le dirigeant : entretien post-formation

- Durée : 14 heures sur 2 jours
- Outils et techniques pédagogiques :
 - Echanges/discussions
 - Mises en situation
 - Diaporama
 - Remise de documentation

* Le contenu et l'organisation de la formation seront adaptés à la demande et aux spécificités du client.